

Факторы риска и условия успешности манипулятивных стратегий в медиадискурсе

Людмила И. Гришаева

*Воронежский государственный университет,
Воронеж, Россия, grischaewa@rgph.vsu.ru*

Аннотация. Статья фокусируется на осмыслении степени успешности манипулятивных стратегий, реализуемых в актуальных медийных форматах. Степень успешности манипуляции предлагается изучать в контексте взаимовлияния разнонаправленных и разнородных параметров, внешних и внутренних как по отношению к интеракции, реализуемой в некоторых условиях взаимодействия носителей языка и культуры, так и к порождаемому в интеракции тексту. Соответствующие параметры целесообразно описывать либо как факторы риска, либо как условия успешности, характер и степень влияния которых на процесс и результат интеракции не зависят линейно от обозначенных параметров и не всегда предсказуемы через анализ особенностей личностной и коллективной идентичности субъекта познания и коммуникации и/или через учет норм ожиданий относительно интеракции некоторого типа, а также от содержания стереотипов сознания и политической, медийной и публичной агенды, актуальных для языковой культуры.

Ключевые слова: механизмы вербализации, факторы риска, условия успешности, средства и способы реализации коммуникативных (дискурсивных) стратегий, манипуляция

Для цитирования: Гришаева Л.И. Факторы риска и условия успешности манипулятивных стратегий в медиадискурсе // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2025. № 3. С. 76–83. DOI: 10.28995/2686-7249-2025-3-76-83

Risk factors and felicity conditions of manipulative strategies in media discourse

Liudmila I. Grishaeva

Voronezh State University, Voronezh, Russia, grischaewa@rgph.vsu.ru

Abstract. The paper dwells on the issue of the success degree of manipulative strategies implemented in current mass media formats. The degree of success in manipulation is proposed to be studied in the context of mutual influence of multidirectional and heterogeneous external and internal parameters, both in relation to the interaction of native speakers as members of a specific culture within a particular context, and to the text generated in interaction. It is advisable to describe the relevant parameters either as risk factors or as felicity conditions whose nature and degree of influence on the process and result of interaction does not linearly depend on the designated parameters. The influence cannot always be predicted by analyzing the characteristics of the personal and col-

lective identity for the subject of cognition and communication and/or through taking into account the norms of expectations regarding some type of interaction, as well as by considering the content of stereotypes of consciousness and political, media and public propaganda relevant to the language and culture.

Keywords: mechanisms of verbalization, risk factors, felicity conditions, means and methods of implementing communicative (discursive) strategies, manipulation

For citation: Grishaeva, L.I. (2025), "Risk factors and felicity conditions of manipulative strategies in media discourse", *RSUH/RGGU Bulletin. "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies" Series*, no. 3, pp. 76–83, DOI: 10.28995/2686-7249-2025-3-76-83

Несколько абстрагируясь от многочисленных, разнонаправленных и разнообразных факторов, внешних и внутренних по отношению к некоторой коммуникативной и когнитивной задаче, решаемой в определенных условиях носителями языка и культуры, правомерно констатировать следующее. Практически все разнообразные процессы, имманентные упомянутым феноменам, реализуются в контексте задаваемым и так или иначе предeterminируемым набором разнообразных факторов риска и условий успешности (см. подробнее [Гришаева 2022, с. 507–535]).

Факторы риска – «факторы разной природы (когнитивной, социальной, психологической, языковой, (интер)акциональной и др.), препятствующие на том или ином этапе интеракции достижению совместными усилиями общей для коммуникантов цели. Не являются оборотной стороной условий успешности» [Гришаева 2022, с. 674]. Условия успешности – «факторы разной природы (когнитивной, социальной, психологической, языковой, (интер)акциональной и др.), благоприятствующие на том или ином этапе интеракции достижению совместными усилиями общей для коммуникантов цели» [Гришаева 2022, с. 674]. Несмотря на разную природу, условия успешности и факторы риска вполне резонно распределить по некоторым более или менее гомогенным группам, среди которых особого упоминания заслуживают когнитивные, номинативные (в широком смысле) и коммуникативные.

Причиной подобного распределения названных факторов, обуславливающих процесс и результат взаимодействия носителей языка и культуры, является то, что через анализ упоминаемых трех групп факторов риска и условий успешности можно осмыслить ряд важных проявлений намерений коммуникантов: 1) какие именно сведения о мире в определенных условиях объективируются в интеракции; 2) каково соотношение средств разных культурных кодов, задействованных при объективации; 3) какие сведения, значимые для успешного взаимодействия, активируются и со-активируются, оставаясь в интеракции необъективированными средствами культурных кодов, но значимыми для осмысления воспринимаемого, способствуя тем самым полноценному и по возможности адекватному пониманию воспринимаемого в интеракции и продуктивному взаимодействию интерактантов.

Характерно, что названные выше обстоятельства совсем не обязательно осознаются одним или же обоими участниками взаимодействия, в каких бы условиях интеракция ни осуществлялась. Сказанное относится также к реципиентам соответствующего текста, воспринимающих его через близкую и/или далекую времен-

ную дистанцию от момента его порождения либо локальную дистанцию между продуцентом и реципиентом.

Осмысляя феномен «манипуляция», закономерно ставший на современном этапе описания языка как средства познания и коммуникации одним из наиболее интенсивно изучаемых объектов приложения лингвистического интереса, следует акцентировать ряд обстоятельств.

В обсуждаемом контексте интересно вспомнить этимологию лексической единицы, обозначающей изучаемое явление. Л.П. Крысин в своем словаре дает такое определение манипуляции: «2. *перен., неодобр.* Прodelка, махинация. || Ср. афера, комбинация (в 3-м знач.)»¹ (курсив мой. – Л. Г.). Аналогично описываются и одно-коренные лексемы *манипулировать* и *манипулятор*: *манипулировать* – «2. *перен., неодобр.* Проводить манипуляции <...> 3. *перен., неодобр.* Использовать в своих целях, обычно неблагоприятных»; *манипулятор* – «2. *одуш., перен.* Тот, кто занимается манипуляциями (во 2-м знач.). || Ср. комбинатор, махинатор»².

Манипуляция может быть с точки зрения целеполагания осознаваемым самим манипулятором действием или действием, неотрефлексированным субъектом манипуляции, интуитивным. Относительно результата манипуляции последнюю правомерно описывать либо как нацеленную на благо объекта манипуляции, либо как ориентирующуюся только на пользу для самого манипулятора. По своему характеру результат манипуляции может быть более или менее успешным – вплоть до четкого осознания самого факта манипуляции ее объектом (см. подробнее в публикациях, в которых изучаемый феномен описывается на разном теоретическом фундаменте и под различными углами зрения [Болдырев 2024, с. 28 и сл.; Заботкина 2023; Заботкина 2024; Antos 2017, p. 18; Pugatschjow 2006; Tsvasman 2006a; Tsvasman 2006b]). Ср. характеристику манипуляции В.И. Заботкиной, которая считает принципиальным погрузить рассуждения о манипуляции в более общий когнитивный контекст: «Манипуляция основывается на интер-когнитивной коммуникации между сознаниями манипулятора и манипулируемого» [Заботкина 2023, с. 44].

Тем самым очевидно, что манипуляция осуществляется в разных ситуациях и разными категориями субъектов как носителей языка и культуры. Поэтому корректнее говорить о манипулятивных *стратегиях* манипулятора, которые последний, будучи субъектом манипуляции, выбирает в соответствующих коммуникативных условиях из множества потенциально возможных. Стратегия понимается здесь как последовательность речевых и неречевых действий, реализуемых средствами и способами, которыми располагает языковая культура в тот или иной момент своего бытования, и подчиненных достижению определенной цели. При этом последняя может и не осознаваться (либо быть неотрефлексированной) одним и/или обоими участниками интеракции. Реализация манипулятивных стратегий весьма *вариативна*, и в разных коммуникативных условиях стратегии реализуются различными способами и средствами разных – вербального и нескольких невербальных – культурных кодов и в разных целях. Цель манипулирования может быть в той или иной интеракции *основной* или *дополнительной*.

¹ Крысин Л.П. Иллюстрированный толковый словарь иностранных слов. М.: Эксмо, 2008. С. 421.

² Там же.

Выбор средств и способов реализации манипулятивных стратегий зависит от ряда факторов, в частности: 1) от особенностей личностной и коллективной идентичности единичного субъекта познания и коммуникации как носителя языка и культуры; 2) от особенностей картины мира коллективного субъекта как объекта манипуляции; 3) от характера актуально решаемой единичным субъектом коммуникативной и когнитивной задачи; 4) от оценки в конкретных условиях субъектом соотношения факторов риска и условий успешности; 5) от норм ожиданий относительно интеракции некоторого типа, входящих в комплекс сведений, разделяемых всеми носителями языка и культуры; 6) от содержания стереотипов сознания, актуальных для языковой культуры; 7) от соотношения политической, медийной и публичной агенды в актуальных коммуникативных условиях и др. Перечисленные параметры правомерно характеризовать и как условия успешности, и как факторы риска, имея, однако, в виду, что в конкретных когнитивно-дискурсивных условиях упомянутые параметры, приведенные в качестве потенциально вероятных, ни в коей мере не являются оборотной стороной друг друга (см. обоснование в [Гришова 2022, с. 507–535]).

Объектом манипуляции в медиапространстве, как правило, является *коллективный* субъект. Поэтому, прогнозируя кратковременные и долговременные последствия своих манипулятивных действий, субъект манипуляции выбирает средства и способы реализации манипулятивных стратегий, принимая во внимание прежде всего содержание стереотипов сознания коллективного субъекта, особенности актуальной политической и медийной агенды, характер доминирующих в культуре ценностей и особенности прототипов категории «тип субъекта» и конфигурацию наиболее значимых в культуре признаков, весомых для той или иной категории субъектов в соответствующей языковой культуре. Перечисленные выше сведения и владение различными способами концептуализации и категоризации воспринимаемых в разных условиях сведений служат для носителей культуры более или менее надежными ориентирами для выбора способов взаимодействия, символами хорошего и плохого и входят в комплекс сведений, образующих нормы ожидания, релевантные в культуре.

В качестве доказательства правомерности изложенной выше трактовки изучаемых процессов можно привести только два актуальных примера из современного немецкого культурного пространства. Эти примеры свидетельствуют, во-первых, о содержании актуальной медийной и политической агенды в конкретном языковом и культурном пространстве и о формах ее внедрения в коллективное сознание носителей языка и культуры. Это, как очевидно, осуществляется двояко, а именно имеет место *прямое* и *косвенное* именование виновников недовольства складывающимся положением дел и нарушением привычного образа жизни, которое испытывают носители культуры. Вместе с тем через инференцию, опираясь на особенности организации содержательной и формальной макроструктуры текста (см. примеры 1 и 2), вполне правомерно судить и о содержании публичной агенды.

Во-вторых, приведенные примеры абсолютно однозначно говорят о том, сколь *неуспешным* в конечном итоге может быть манипулятивное воздействие СМИ и официальных инстанций в соответствующей языковой культуре, несмотря на активную деятельность различных медиаресурсов и интенсивное продвижение политической агенды в медийную повестку дня субъектами, имеющими власть в дискурсе: *Du gehst arbeiten <...>, Du gehst einkaufen <...>, Du fährst tanken <...>*, по-

сколько носитель культуры четко различает действия государства (*Der Staat nimmt Dir 50% / 19% / 70% weg*) и объяснения государством неудовлетворительного положения дел в обществе (*Wenn Du dann fragst, warum Du so wenig Geld hast <...>*). Сопоставление содержания того и другого, как ясно видит носитель культуры, не вступает в противоречие друг с другом и не выдерживает критического осмысления носителями культуры (*<...> ist plötzlich der Russe schuld*) (см. пример 1). Причина заключается в том, что реципиент соответствующего текста, испытывая когнитивный диссонанс, находит решение, конгруэнтное конфигурации сведений в его аксиологической картине мира в частности и картине мира вообще.

В-третьих, приводимые примеры показывают, насколько ясно и четко носитель языка и культуры распознает не только цели и средства манипуляции, но и даже последовательность манипулятивных шагов манипуляторов (ср. последовательность номинаций ситуаций частных манипулятивных действий в приводимых примерах). Носитель языка умеет назвать признаки определенного класса субъекта, которые он, с одной стороны, распознает в себе (*Benziner fahren, Fleisch essen, Sie denken selbst, Sie gucken kein ZDF oder ARD, Sie haben nichts gegen Russen, Sie wollen Frieden, Sie sind gegen Waffen-Lieferungen, Sie sind 100% Hetero, Sie gendern nicht, Sie erziehen ihre Kinder als Junge oder Mädchen*). С другой стороны, носитель языка прекрасно осознает, каков результат включения его самого продуцентами текста (и субъектами, имеющими власть в дискурсе) на основании тех же признаков в аксиологическую категорию, имеющую самые негативные характеристики в его собственной культуре (*Nazis, Kriminelle*). Он, владея информацией о санкциях против названных категорий (*Nazis, Kriminelle*), а также о том, насколько серьезны негативные последствия соответствующей аксиологической категоризации лично для человека, действующего так, как осуждается в медиапространстве (см. пример 2), также понимает, сколь негативные последствия ожидают его лично, если он будет действовать (и думать) вопреки актуальной политической агенде. Вместе с тем он знает, что перечисляемые признаки вполне согласуются с доминирующими в официальном медиадискурсе представлениями относительно нелояльных, по мнению провластных структур, категорий граждан.

В-четвертых, особо значимым в обсуждаемом контексте становится сопоставление степени осмысления адресатом манипулятивного воздействия самой манипуляции *как таковой*, с одной стороны, и его готовность противостоять – активно или пассивно – соответствующей манипуляции, с другой стороны. Это, очевидно, знание о действиях манипулируемого СМИ и провластных структур единичного и/или коллективного субъекта в реальной действительности, как они ожидаются от определенной категории носителей языка и культуры, разделяемое всеми носителями языковой культуры, т. е. коллективным субъектом.

Об этом правомерно судить прежде всего по публикациям в разных сегментах медиапространства относительно акций тех или иных групп носителей культуры и по результатам различных опросов, так или иначе отражающих актуальные настроения носителей языка и культуры.

Другими словами, довольно легко распознавая средства и способы манипулирования со стороны СМИ и/или властных и провластных структур (*der Staat – ARD – ZDF*), носитель языка и культуры анализирует, с одной стороны, *желательные* – с точки зрения СМИ и провластных структур – действия и, с другой стороны, *реальные* действия обычных граждан. Тем самым он, будучи носителем и

личностной, и коллективной идентичности, выявляет противоречия между названными комплексами сведений, провоцируя у реципиента когнитивный диссонанс. Однако продуцент анализируемых текстов только констатирует распознаваемое им положение дел, т. е. видит реальность как таковую (*Der Staat nimmt Dir 50% / 19% / 70% weg*), но не делает никаких выводов относительно конгруэнтности/неконгруэнтности желаемого и реального, ничего не предпринимает для разрешения когнитивного диссонанса у коллективного субъекта, он только размышляет, анализируя происходящее.



Пример 1



Пример 2

В данном контексте важно обратить внимание на активно используемые продуcentом текстов стилистические средства – синтаксический и лексический повтор, воздействие которого усиливается контрастом и климаксом, т. е. перечислением признаков из одной понятийной сферы (т. е. социально значимые характеристики, соответствующие традиционным ценностным ориентациям «обычного» носителя культуры) с постепенным усилением степени интенсивности общего для всех называемых характеристик признака (т. е. значимость для социума).

Итогом рецепции соответствующих коммуникативных продуктов становится понимание реципиентом того обстоятельства, что воспитание детей в традиционном духе (*Sie sind 100% Hetero, Sie gendern nicht, Sie erziehen ihre Kinder als Junge oder Mädchen*) и нежелание поддерживать публично всячески поощряемую и поддерживаемую политику относительно сексуальных меньшинств (потому что они *Sie sind 100% Hetero, Sie gendern nicht*) становится в глазах официальных лиц и в СМИ в конечном итоге самым страшным «злодеянием» – даже более серьезным проступком, чем несогласие с поставками оружия (*Sie sind gegen Waffen-Lieferungen*), преступлением (*Kriminelle*) и даже проявлением нацизма (!) (*Nazis*), трактуемым как абсолютное зло. Тем самым всех носителей языка и культуры, несогласных с официально пропагандируемыми установками, включают без особых раздумий в негативную аксиологическую категорию нацистов и преступников (*Nazis und Kriminelle*), относительно которых в обществе давно достигнут консенсус – они в культуре воспринимаются крайне негативно.

Предложенную интерпретацию резонно подкрепить и анализом макроструктуры текста. С этой точки зрения каждый объективируемый языковыми средствами признак обсуждаемой аксиологической категории (*Nazis und Kriminelle*)

становится, по сути, перечислением нежелательных отклонений от официоза и перечислением признаков большинства носителей культуры как нормальных людей. Выражаясь иначе, тем самым в тексте констатируется *от обратного* содержание официальной позиции, продвигаемой СМИ (см. примеры 1 и 2), которую продуценты текста не разделяют. Высказанный вывод основывается на активации и со-активации сведений, не вербализуемых в тексте, при объективации языковыми средствами знаний о действиях определенной категории субъектов.

Учитывая все сказанное, приведенные примеры можно интерпретировать как саркастическую пародию на актуальные в медиапространстве позиции политиков и лидеров мнений. Очевидно, что описанные манипуляции носители языка легко распознают и не готовы разделять распространяемое (и навязываемое) им медиаресурсами мнение.

Таким образом, очевидно, что реакция носителей языка и культуры явно свидетельствует о том, что они могут довольно легко *адекватно* оценить как *манипуляцию* некоторые тезисы, выдаваемые манипуляторами за аргументы в пользу тех или иных действий и интерпретаций некоторого положения дел.

В подобных случаях результат реализации манипулятивных стратегий вполне резонно охарактеризовать как *неуспешный*, поскольку объект манипулирования понимает, что он стал объектом манипуляции, что требуемые от него действия причиняют ему кратковременный и долговременный вред и неудобства, вступают в явное противоречие с его ценностной картиной мира и с его убеждениями.

Подобные тексты убедительно доказывают, что соотношение между условиями успешности и факторами риска нельзя ни в коей мере интерпретировать как линейное и прямо пропорциональное, как обратную сторону влияния друг друга. Следовательно, обсуждаемые факторы, обуславливающие процесс и результат взаимодействия носителей языковой культуры, требуют последовательного изучения применительно к конкретным когнитивно-дискурсивным условиям.

Степень успешности манипуляции зависит, и это ясно из анализа, от учета таких параметров, как: 1) конфигурация ценностных ориентаций в картине мира коллективного субъекта, 2) нормы ожидания относительно интеракции, 3) особенности коллективной идентичности коллективного субъекта, 4) соотношение политической, медийной и публичной агенды, 5) целеполагание коммуникантов в той или иной интеракции, 6) диалектика личностной и коллективной идентичности у конкретного единичного субъекта.

Литература

- Болдырев 2024 – Болдырев Н.Н. Основы когнитивной теории бесконфликтной языковой коммуникации // Когнитивные исследования языка. Вып. 2 (58). Ч. 1. М.: Флинта, 2024. С. 27–31.
- Гришаева 2022 – Гришаева Л.И. Диалоги о межкультурной коммуникации. Воронеж: Наука-Юнипресс, 2022. 676 с.
- Заботкина 2023 – Заботкина В.И. Когнитивные механизмы манипулятивного воздействия в медиадискурсе // Когнитивные исследования языка. Вып. 4 (55). Челябинск: Южно-Уральский государственный ун-т, 2023. С. 43–47.
- Заботкина 2024 – Заботкина В.И. Динамика когнитивных моделей манипуляций в медиадискурсе // Когнитивные исследования языка. Вып. 2 (58). Ч. 1. М.: Флинта, 2024. С. 48–51.

- Antos 2017 – Antos G. Fake news. Warum wir auf sie reinfallen. Oder: „Ich mache euch die Welt, so wie sie mir gefällt“ // Sprachdienst. 2017. No. 1. S. 1–20.
- Pugatschjow 2006 – Pugatschjow V. Faktoren und Merkmale der Manipulation // Das große Lexikon Medien und Kommunikation. Kompendium interdisziplinärer Konzepte / Hrsg. L. Tsvasman. Würzburg: Ergon Verlag, 2006. S. 228–232.
- Tsvasman 2006a – Tsvasman L. Informationsgesellschaft // Das große Lexikon Medien und Kommunikation. Kompendium interdisziplinärer Konzepte / Hrsg. L. Tsvasman. Würzburg: Ergon Verlag, 2006. S. 134–140.
- Tsvasman 2006b – Tsvasman L. Manipulation // Das große Lexikon Medien und Kommunikation. Kompendium interdisziplinärer Konzepte / Hrsg. L. Tsvasman. Würzburg: Ergon Verlag, 2006. S. 226–228.

References

- Antos, G. (2017), "Fake news. Warum wir auf sie reinfallen. Oder: 'Ich mache euch die Welt, so wie sie mir gefällt' ", *Sprachdienst*, no. 1, S. 1–20.
- Boldyrev, N.N. (2024), "Fundamentals of the cognitive theory of conflict-free verbal communication", in *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, vol. 58, iss. 2, part 1, pp. 27–31.
- Grishaeva, L.I. (2022), *Dialogi o mezhkul'turnoi kommunikatsii* [Dialogues on intercultural communication], Nauka-Yunipress, Voronezh, Russia.
- Pugatschjow, V. (2006), "Faktoren und Merkmale der Manipulation", in Tsvasman, L., Hrsg., *Das große Lexikon Medien und Kommunikation. Kompendium interdisziplinärer Konzepte*, Ergon Verlag, Würzburg, Germany, S. 228–232.
- Tsvasman, L. (2006), "Informationsgesellschaft", in Tsvasman, L., Hrsg., *Das große Lexikon Medien und Kommunikation. Kompendium interdisziplinärer Konzepte*, Ergon Verlag, Würzburg, Germany, S. 134–140.
- Tsvasman, L. (2006b), "Manipulation", in Tsvasman, L., Hrsg., *Das große Lexikon Medien und Kommunikation. Kompendium interdisziplinärer Konzepte*, Ergon Verlag, Würzburg, Germany, S. 226–228.
- Zabotkina, V.I. (2023), "Cognitive mechanisms of manipulative influence in media discourse", *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, vol. 55, iss. 4, pp. 43–47.
- Zabotkina, V.I. (2024), "Dynamics of cognitive models of manipulation in mediadiscourse", *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, vol. 58, iss. 2, part 1, pp. 48–51.

Информация об авторе

Людмила И. Гришаева, доктор филологических наук, профессор, Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия; 394006, Россия, Воронеж, Университетская пл., д. 1; grishaewa@rgph.vsu.ru

Information about the author

Liudmila I. Grishaeva, Dr. of Sci. (Philology), professor, Voronezh State University, Voronezh, Russia; 1, Universitetskaya Sq., Voronezh, Russia, 394006; grishaewa@rgph.vsu.ru